

Àrea de Medi Ambient

Informe de la Campanya de Sensibilització sobre la correcta gestió dels residus Àmbit ciutat Àmbit municipal

18 octubre 2010

INFORME CAMPANYA DE SENSIBILITZACIÓ SOBRE LA CORRECTA GESTIÓ DELS RESIDUS A BARCELONA

Àmbit ciutat

ANTECEDENTS

El passat dia 1 de novembre es va iniciar el desplegament de la nova contracta de neteja. Una contracta de vuit anys, que suposava importants canvis respecte a l'anterior.

Es va fer necessari doncs, acompanyar el desplegament del servei amb una campanya informativa que ajudés a la ciutadania a entendre el funcionament del nou sistema i facilités el canvi d'hàbits.

Novetats a comunicar

Des del servei:

- Tots els contenidors de la ciutat seran accessibles per a tothom.
- Augment de la freqüència mitjana del servei de neteja de la via pública.
- Els serveis de neteja i recollida adoptaran millores ambientals, com per exemple, la reducció de sorolls, l'ús de combustibles sostenibles i socials, la utilització d'aigües no potables, etc.

Des de la cerca de la complicitat ciutadana:

- Increment de la recollida selectiva.
- Extensió a tot Barcelona de la recollida orgànica de residus.

Contenidors accessibles

Un dels objectius de la nova contracta és disposar de contenidors accessibles per a tothom.

L'Ajuntament vol que un mateix contenidor pugui ser utilitzat per gent gran, persones amb mobilitat reduïda, invidents, etc.

Això serà possible gràcies a la incorporació d'aspectes ergonòmics com la limitació de l'alçada, la incorporació de pedals i la senyalització per a invidents.

Increment del servei de neteja

La contracta té com a objectiu la neteja global i integral de l'espai públic i, per tant, inclou aspectes que abans es feien de manera separada com el buidat i manteniment de papereres o la neteja de zones verdes viàries.

La nova contracta també aposta perquè fins al 90% de l'aigua que s'utilitza pel baldeig dels carrers sigui freàtica, tendint de forma progressiva a què aquest percentatge augmenti fins el 100 % de l'aigua.

També és novetat l'equitat a l'hora de netejar la ciutat, és a dir, carrers d'ús equivalent tindran freqüència de neteja equivalent (abans es feia per zones, ara es fa per carrers).

Per tal de donar resposta a les necessitats dels carrers segons els usos, s'incrementa la neteja en torns de tarda, nits i festius.

Millores ambientals

En l'adjudicació de la contracta s'ha fet una **valoració positiva de les ofertes més respectuoses ambientalment**. S'ha posat un especial accent a la **reducció de sorolls, la disminució de la contaminació generada pels vehicles i la utilització d'aigua freàtica**.

En la nova contracta s'exigeix a les empreses adjudicatàries la reducció del soroll en el desenvolupament del servei de recollida, amb l'elecció de maquinària que suposi un menor impacte acústic.

D'altra banda, s'incorporaran en els vehicles tecnologies ambientalment respectuoses per a la millora de la qualitat de l'aire i la reducció d'emissions de CO₂ a l'atmosfera gràcies a l'ús de combustibles com el gas natural, el biodiesel i l'electricitat.

S'incorporarà també l'ús de sistemes de regulació i reaprofitament de l'aigua i de reducció de consum a les instal·lacions.

Increment de la recollida selectiva

Per tal d'incrementar la recollida selectiva **s'augmenta el nombre de contenidors** de paper, vidre i envasos. Així, es passarà d'1 punt triple de recollida per cada 700 habitants a un punt per cada 500 habitants i, per tant, augmentarà el nombre de punts passant de 2.600 fins a 3.570 (37% d'increment). D'aquesta manera es facilita la recollida selectiva amb una major proximitat dels contenidors als usuaris.

S'unifica l'aspecte del contenidors de les diferents fraccions, que es **diferenciaran pel color de la tapa** per tal de facilitar la recollida selectiva: verd pel vidre, blau pel paper, groc pels envasos, marró per l'orgànica i gris pel rebuig.

Extensió de la recollida orgànica a tota la ciutat

Una de les novetats d'aquesta contracta és l'extensió a tot Barcelona de la recollida de la fracció orgànica, servei que actualment arriba al 34% de la ciutat.

L'extensió de la recollida orgànica a tota la ciutat es farà mitjançant contenidor separat, amb un **total de 5.400 contenidors** per els residus orgànics. **Es passarà així d'una capacitat actual de 2.718 m³ a 9.722 m³.**

Com ja es fa actualment, **la periodicitat de recollida orgànica serà diària**, igual que la recollida de la fracció de rebuig.

A més,

- **Extensió progressiva de la recollida comercial** a productors importants, restaurants i fruïteries (estimació de 48.115 clients i 30.600 bujols, actualment 30.585 clients) amb l'objectiu d'incrementar la recollida selectiva i responsabilitzar als comerços de la producció de residus.
- **Sistema de la recollida de mobles i trastos:** dia fix de la setmana en funció del carrer.
- **Serveis no integrats en la contracta:** punts verds (zona, barri, mòbils), neteja de graffitis i eliminació pancartes, recollida animals morts i neteja de túnels.

Objectius de marketing

- Incrementar el nombre de llars que fan separació de residus.
- Barcelona aconsegueixi tenir un posicionament de ciutat que treballada per la sostenibilitat i la protecció del medi ambient.

Objectius de comunicació

- Conscienciar al ciutadà de la importància de la neteja i d'aconseguir l'augment de la recollida selectiva.
- Explicar el desplegament de la recollida d'orgànica a tota la ciutat i donar a conèixer com s'ha de fer la selecció de residus orgànics.
- Comunicar al ciutadà que disposarà de més contenidors i que seran més accessibles.
- Transmetre que s'ha adoptat un procés de neteja i recollida més respectuós amb el medi ambient: menys soroll i energia, ús d'aigua freàtica.

- Explicar al ciutadà per què li demanem fer l'esforç i què significa. Argumentar, amb exemples tangibles, quins seran els seus BENEFICIS, que van més enllà les recursos que la ciutat posa al seu abast.
- Recolzar els valors de la marca "Barcelona pel Medi Ambient" i de "Visca Barcelona!".
- Destacar la necessitat de la corresponsabilitat ciutadana: l'Ajuntament fa un esforç per posar els mitjans i optimitzar els recursos, però mai serà suficient si la gent no col·labora.

Campanya institucional

BARCELONA PEL MEDI AMBIENT – Vius en una ciutat respectuosa amb el medi ambient

Definició:

És una de les línies estratègiques de l'Ajuntament que promou activament Barcelona com un model de ciutat sostenible, de referència.

Medi Ambient, impulsora d'aquest eix / concepte estratègic, gestiona els serveis urbans i el manteniment de l'entorn. Lidera els compromisos de millora del medi ambient i la lluita contra el canvi climàtic. Tot, amb criteris de sostenibilitat i els coprotagonisme dels ciutadans, els treballadors, les empreses, etc.

Valors de la marca:

- Sostenibilitat: Avançar sense comprometre les possibilitats d'atendre les necessitats de les generacions del futur.
- Participació: amb Institució, treballadors, col·laboradors i ciutadans.
- Transparència: Informa de tot el fem, evidenciar els beneficis pels ciutadans i donar mitjans efectius per cooperar.

Personalitat:

Oberta, propera, integradora, simple, directa, pràctica, eficaç.

Identitat:

El nom de la marca evoca el compromís de l'Ajuntament pel medi ambient, la necessitat de involucrar la ciutadania i un univers de conceptes al voltant del medi ambient: Netejar, Mantenir, Preservar, No malgastar, Recuperar.

Estil:

Imatges amb gent, de la ciutat, detalls d'imatges plenes de vida, de la tecnologia en el medi ambient.

To de comunicació

To informatiu, didàctic, simple, clar i proper que expressi el benefici que obtenim individual i col·lectivament gràcies al compromís de millora del Medi Ambient.

Target

El públic objectiu és universal. Tots els ciutadans i ciutadanes de Barcelona necessiten i valoren el servei de neteja i gestió de residus.

Qualitativament el target es pot classificar en 4 grups seguint criteris d'hàbits i actituds:

1. REFRACTARIS. En torn al 15% de ciutadans. Oposats a la col·laboració en preservació del medi ambient. Pensen que la separació de residus no serveix per res i que l'ha de fer el servei de recollida d'escombraries.
2. NEGLIGENTS. 25% dels ciutadans. No són conscients de la transcendència dels seus actes i no volen incorporar noves molèsties als seus hàbits. Saben que hi ha contenidors específics però no tenen clara la seva utilització.
3. COMPLIDORS. 40% dels ciutadans. Receptius a nous comportaments. Fan el que poden.
4. COMPROMESOS. 20% de ciutadans. Realitzen certa labor de "apostolat". Per a ells els seus comportaments en relació amb el Medi Ambient tenen alt valor simbòlic: els fa sentir millor persones. Fan recollida selectiva.

Geogràficament s'ha de segmentar al target per zones. Es veuran afectats directament per la implantació d'un servei concret amb estris i serveis diferenciats segons les característiques dels carrers. I les accions de comunicació hauran de ser específiques (marketing directe, plv...)

I finalment s'hauran de tenir en compte col·lectius específics com les **escoles i centres educatius** i els **grans productors de residus**.

Punts de contacte amb el Target:

Els canals de comunicació que tenim amb la ciutadania són:

- Telèfon del Civisme 900226226

- Telèfon 010
- Web
- OACS (Oficines d'atenció al ciutadà)
- Agenda 21 escolar
- Equipaments de Medi Ambient: Fàbrica del Sol, Centre de la platja, centre de formació EL Laberint, Xarxa de Punts Verds, Stand itinerant, Xarxa de Participació (Districtes, Consells, signants Agenda 21, signants Acord Cívic,), Gremis.

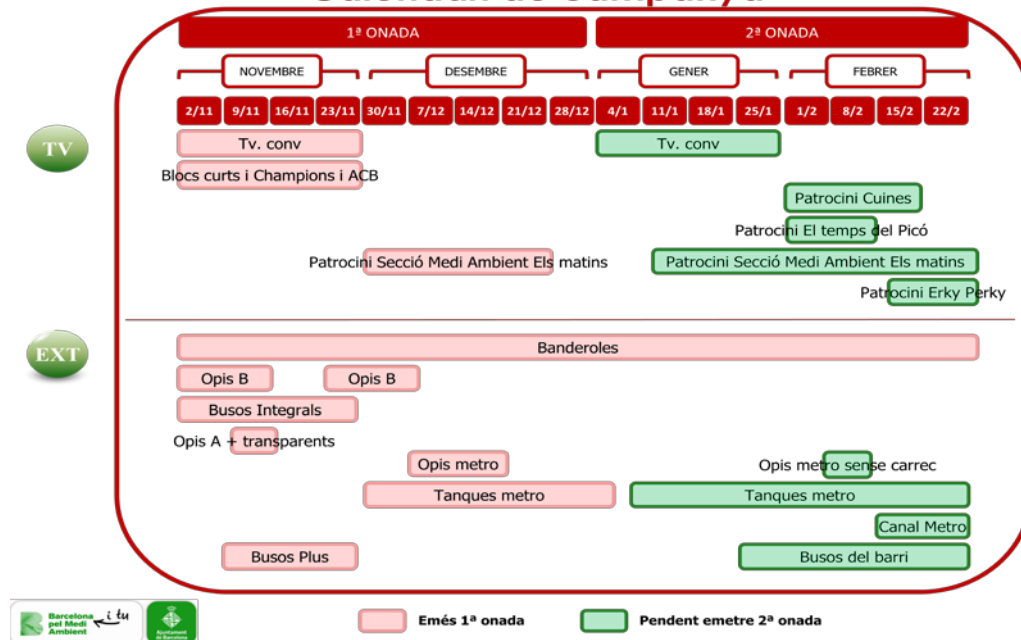
Concepte creatiu

Els contenidors com a personatges amb vida pròpia va ser el concepte creatiu triat per explicar aquests missatges. Es volia fugir d'un posicionament excessivament institucional o paternalista que diu a la ciutadania el que s'ha de fer des de l'autoritat. S'aposta per cercar la corresponsabilitat des del coneixement i la reflexió individual. Era important posar en valor l'esforç municipal en aquesta nova contracta fugint en tot moment del lluïment institucional. S'havia de destacar que cadascú té una part de responsabilitat en la neteja de l'espai públic i en la correcta gestió dels residus.

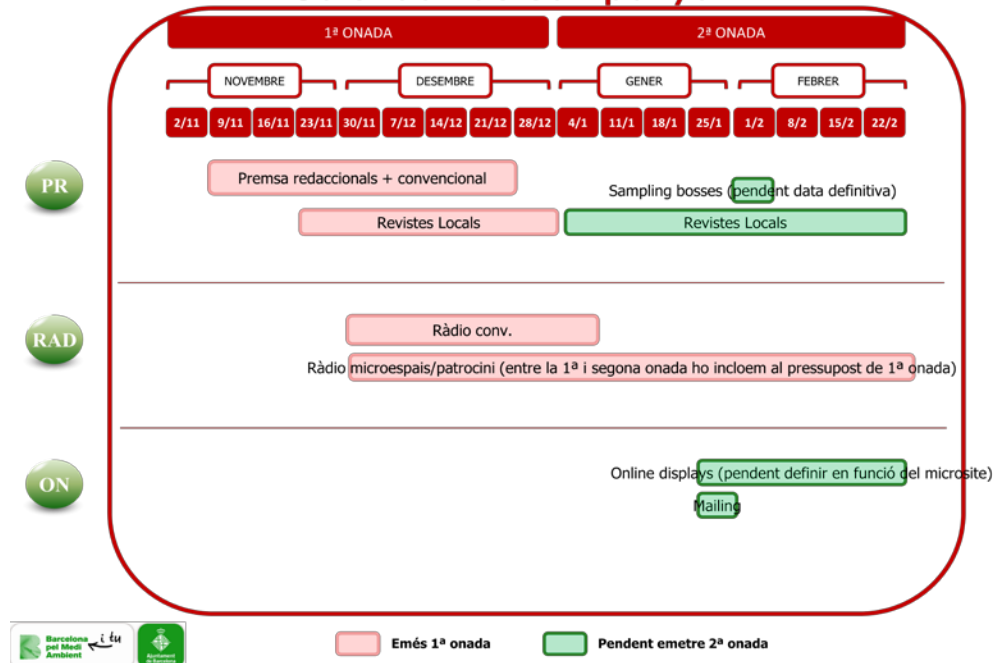
Els resultats del Post test elaborat durant i després de l'emissió dels anuncis demostren que la campanya va ser notòria durant la seva emissió, que hi havia un bon record espontani dels missatges, que tots els missatges es van entendre correctament i que era clarament identificat tant l'emissor, l'Ajuntament de Barcelona, com el concepte Barcelona pel Medi Ambient que tenia el gran repte de fer oblidar una marca molt consolidada com era BCNeta.

Planificació de mitjans

Calendari de campanya



Calendari de campanya



Suport educatiu

L'extensió de la matèria orgànica requeria un esforç educatiu que anés més enllà de la comunicació institucional informant de la novetat de la seva arribada a tota la ciutat. Es demanava incorporar un nou hàbit a la ciutadania, per tant fer un esforç més i es requeria per tant un acompanyament més personalitzat.

Per això es va dissenyar una campanya específica de suport a la implantació del contenidor marró a tots els barris de la ciutat.

Durant 4 mesos, un total de 80 persones es van desplegar en diferents punts informatius barri a barri informant i donat elements de suport a la ciutadania per fer la separació de la matèria orgànica (cubell, bosses compostables, imant i receptari). Durant el període de desplegament es van repartir un total de 211.741 kits de suport, és a dir, més de 2.000 al dia.

RESULTATS

Analitzar en tot moment els resultats del que estava passant en la ciutat ha estat una premissa constant durant tot el desplegament de la nova contracta i ho continua sent un cop el servei ha estat totalment normalitzat.

Enquestes ciutadanes durant la realització de la campanya tant des d'un punt de vista d'eficàcia comunicativa com de canvi d'hàbits efectuats.

Enquestes de continuïtat que ens donen el valor d'una comparativa històrica i continuada en el temps.

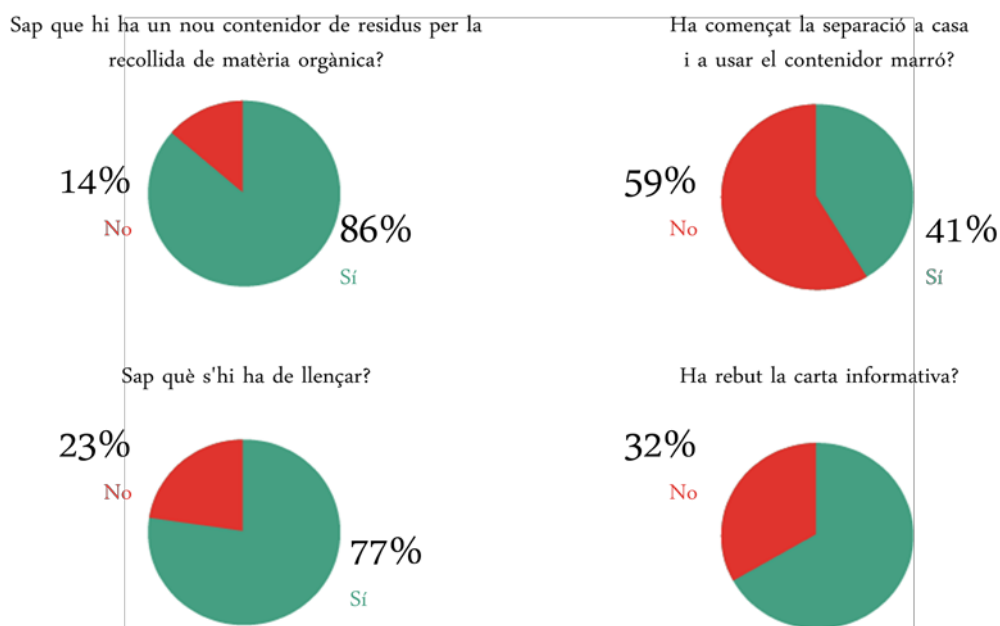
Anàlisi de la brossa dipositada en els contenidors marrons de tota la ciutat

Anàlisi quinzenals de les incidències comunicades pels propis ciutadans i ciutadanes

Observació personal de punts amb problemàtiques diverses

Els resultats de tots aquests anàlisis ens permeten dir que el plantejament estratègic de comunicació va ser efectiu i va assolir els objectius que tenia fixats. Al mateix temps, ens permet evidenciar els nous reptes que hem d'assolir i les conductes incorrectes que hem d'evitar. Ens marca doncs, nous objectius comunicatius.

Resultats de les enquestes ciutadanes efectuades durant la realització de la campanya de suport.



Resultats de les enquestes ciutadanes efectuades periòdicament (quatre onades anuals)

RECOONEIXEMENT DELS COLORES DELS CONTENIDORS / BÚSTIES: RESPOSTES CORRECTES

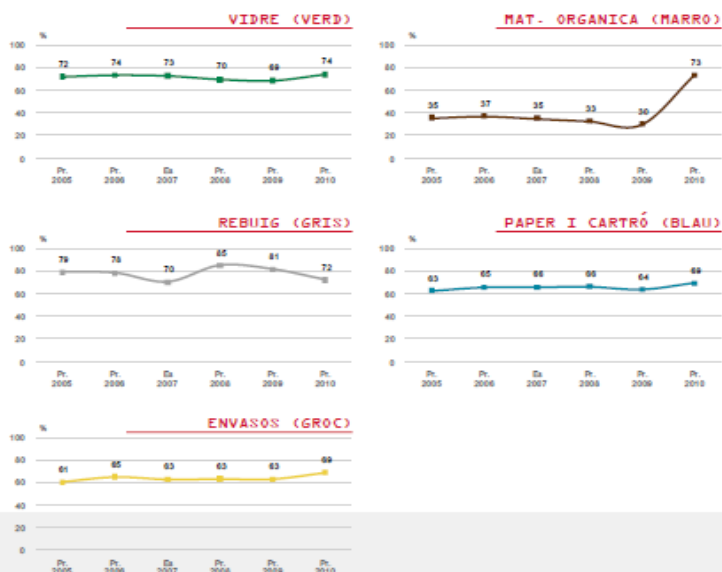
Per saber quin és el nivell de coneixement dels diferents contenidors de recollida selectiva, es demana als consultats associar el color del contenidor amb el tipus de deixalla.

En aquest sentit, el contenidor verd és el més conegut (74%), seguit del marró de matèria orgànica (73%) i del gris de rebuig (72%). Els contenidors blaus per al paper (64%) i els grocs per als envasos (63%) també són majoritàriament coneguts.

Pel que fa al total de consultats, el nivell de relació se situa per sobre del 60%. En el cas dels consultats de nacionalitat no europea el nivell de relació se situa entre el 60% i el 64%.

Evolució: En general, els consultats relacionen més correctament que fa un any els colors amb el tipus de contenidor. Els consultats també distingeixen correctament els nous contenidors marrons de matèria orgànica.

PS.B. 117



FREQÜÈNCIA DE SEPARAR LES FRACCIONS: SEMPRE LES SEPAREN

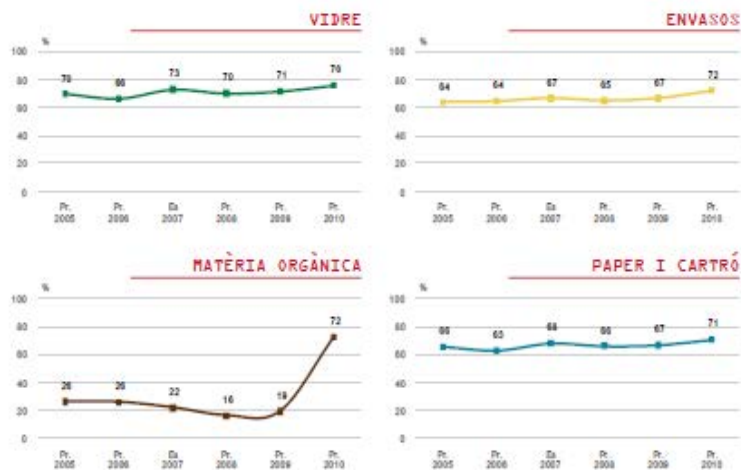
Per cada tipus de deixalleria:

Buen que SEMPRE separen el vidre el 75-7%, els envasos el 72-2%, la matèria orgànica el 72-1% i el paper i el cartró el 70-4%.

Buen que A VEGADES seleccionen el paper el 15-8%, els envasos el 15-0%, el vidre el 12-2% i la matèria orgànica el 12-2%.

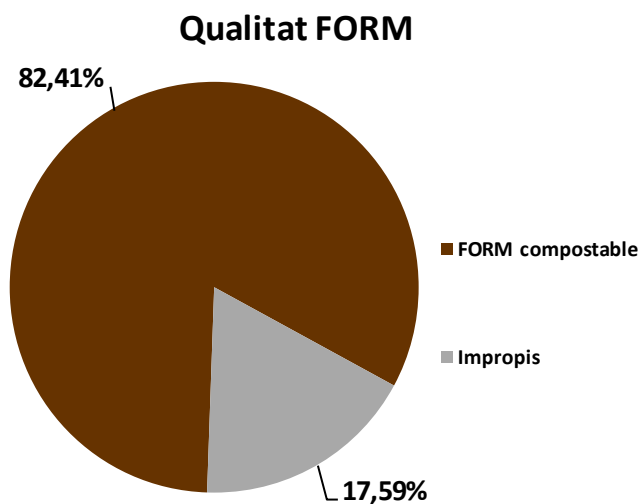
Buen que MAI separen el 12-4% dels consultats quan es tracta del paper, l'11-9% pel que fa als envasos, l'11-1% en el cas del vidre i el 14-7% si és matèria orgànica.

Evolució: A la primavera de 2010 es detecta un augment de les llars que sempre separen totes les fraccions, especialment un augment en la separació de la matèria orgànica.



Informe de resultats del primer cycle de caracteritzacions de la form domiciliària de Barcelona (12 d'abril fins 17 de maig de 2010)

A nivell ciutat, el percentatge de **fracció compostable** (matèria orgànica i poda) ha estat del **82,41%** mentre que els **impropis** han suposat el **17,59%** del total.



D'aquests impropis, el plàstic, mixt i film, és la fracció que es troba en major proporció (5,40%), seguida de paper i cartró (3,66%), i vidre (1,89%).

- La mitjana d'impropis de la FORM recollida a tota la ciutat és del **17,59%**.
- Dels 10 districtes de la ciutat, 2 estan per sota del 15% d'impropis (Nou Barris i Eixample), 4 estan per sota del 20% (Horta-Guinardó, Sant Martí, Les Corts i Sant Andreu) i 4 estan entre el 20% i el 30% (Gràcia, Sarrià-Sant Gervasi, Sants-Montjuïc i Ciutat Vella).
- A nivell de barri, dels 73 barris que té la ciutat de Barcelona, 10 presenten percentatges d'impropis per sota del 10%, 40 se situen entre el 10% i el 20%, 20 estan entre el 20% i el 30% i 3 es troben per sobre del 30% d'impropis.
- La fracció d'impropis més important és el plàstic, mixt i film, seguit del cartró i del vidre.

CAMPANYA DE COMUNICACIÓ FASE II

Els objectius d'aquesta segona fase són coincidents només en part amb la primera. Ja no és necessari informar de les novetats del servei, i en canvi si és necessari explicitar els beneficis que comporta una correcta separació dels residus per augmentar el nombre de ciutadans que reciclen els residus que generen.

Donat que una bona separació i reciclatge de la matèria orgànica té també efectes beneficiosos sobre les altres fraccions i donat que som la única gran ciutat que ha fet el desplegament d'aquesta recollida, considerem important continuar fent èmfasi en aquesta matèria.

Al mateix temps, creiem important informar sobre els efectes de les males pràctiques detectades, per fomentar de nou la reflexió individual que porti a l'acció. Que el vidre

fa soroll quan es recull a la nit al contenidor gris no és un element conegut per a aquells que llencen ampolles al contenidor gris, o aquells que fan servir el contenidor marró com si fos el gris no saben que estan perjudicant la feina de la resta de veïns i veïnes i que fan més difícil l'obtenció de compost de qualitat. O que les papereres no s'han de fer servir com un contenidor.

Apostem de nou per una campanya 360º, deixant de banda únicament la televisió. Farem servir els canals exteriors, la premsa, la ràdio i els mitjans on-line.

BRIEFING

Projecte: Campanya de comunicació de neteja i gestió de residus

Situació de partida / percepció actual

Els ciutadans de Barcelona han fet l'esforç de separar correctament la matèria orgànica, i això ens ho manifesten els estudis de caracterització dels residus orgànics realitzats en tots els recorreguts dels camions d'escombraries que recullen el contenidor de color marró. Malgrat els bons resultats aconseguits en els estudis fins ara, la percepció actual és que en el contenidor marró és llencen altres residus, com per exemple, caixes de cartró, envasos de plàstic, ferralla, etc.

Què volem comunicar

Un gran percentatge dels ciutadans de Barcelona fan de forma correcta la separació dels residus, i utilitzant correctament els contenidors. Volem explicar que gràcies al seu esforç alhora de fer la separació del residus generats a la seva llar, té un benefici directe en el nostre entorn.

Objectius de comunicació de la campanya

- Els beneficis que s'obtenen del reciclatge: **el reciclatge ens permet transformar un residu en un recurs.**
- Sinó vols reciclar, el teu contenidor és el de color gris.

A qui ens dirigim

Al conjunt de la població de la ciutat de Barcelona, i també, als nouvinguts, als turistes, als comerços, als professionals, etc. Què volem que pensi un cop finalitzada la campanya? Fer la separació dels residus comporta uns beneficis reals i tangibles. A més és fàcil i ràpid fer-ho.

To i codi

- L'Ajuntament és qui parla i es posa al davant de la ciutat.
- Ha de ser una campanya molt clara, directa, contundent i positiva.
- No a la culpabilització dels ciutadans: no als discursos que posen a la ciutadania a la defensiva.
- És una campanya de corresponsabilitat (ciutadà / ajuntament).

Tipus campanya / peces a desenvolupar

Campanya 360º

Àmbit municipal

Campanya de sensibilització en **bones pràctiques als treballadors municipals de l'Ajuntament de Barcelona**

El **Programa Ajuntament+Sostenible (Programa A+S)**, coordinat des del Departament de Millora Contínua de l'Àrea de Medi Ambient, s'emmarca directament en el **Pla d'Acció21** Municipal i és l'instrument principal de l'acció municipal per millorar la sostenibilitat ambiental i social del funcionament quotidià de serveis i dependències municipals.

El Programa Ajuntament+Sostenible contribueix activament a:

- Reduir l'impacte ambiental de l'organització
- Incentivar l'economia i producció sostenible gràcies al potencial de l'administració com a consumidor responsable.
- Augmentar la coherència ambiental i social de l'administració i predicar amb l'exemple

Les actuacions del Programa Ajuntament+Sostenible vénen definides pels **objectius estratègics** del mateix:

- Avançar en la prevenció de residus i millorar la recollida selectiva de residus a les dependències municipals. **(RESIDUS I MATERIALS)**

- Contribuir a la reducció d'emissions de CO₂ provinents de dependències i serveis municipals. **(ENERGIA)**
- Millorar l'estalvi d'aigua en les dependències i serveis municipals. **(AIGUA)**
- Desenvolupar una cultura organitzativa socialment responsable i ambientalment correcta. **(INFORMACIÓ I SENSIBILITZACIÓ)**

Els objectius bàsics de la Campanya són:

- **Reducció de l'impacte ambiental**

L'Ajuntament de Barcelona és una gran organització, amb 12.000 treballadors i al voltant de 1.000 centres de treball (edificis d'oficines, escoles, centres cívics, etc.), i per tant amb un impacte ambiental considerable

- **Optimització i estalvi en l'ús dels recursos naturals i econòmics**

Utilitzant productes eficients i respectuosos amb l'entorn, reutilitzant materials i millorant la qualitat ambiental al lloc de treball

- **Canvi de comportaments i adquisició de nous hàbits més sostenibles**

Per a l'assoliment dels anteriors objectius és indispensable la implicació de tots els treballadors i treballadores a través de la seva activitat quotidiana a la feina

Àmbits d'actuació

La campanya de bones pràctiques té quatre àmbits d'actuació, cadascun dels quals dóna lloc a una campanya individual:

- A l'Ajuntament com a casa **Redueix els Residus**
- A l'Ajuntament com a casa **Estalvia Energia**
- A l'Ajuntament com a casa **Estalvia Aigua**
- A l'Ajuntament com a casa **Fes un ús responsable dels Materials**



Elements de comunicació

La campanya de bones pràctiques consta de tres elements de comunicació. L'element principal en que es fonamenta la campanya és la fitxa informativa, un full a doble cara on es presenta un recull de bones pràctiques dirigides als treballadors per als diferents àmbits temàtics tractats a les campanyes. A banda de les bones pràctiques identificades també s'incorporen informacions curioses o dades d'interès per tal de reforçar el missatge. Aquestes fitxes no presenten una edició impresa sinó que es realitzarà un enviament dels arxius a través del correu electrònic a cadascun dels treballadors i treballadores als quals es vol arribar.

D'altra banda, el missatge de les fitxes informatives es reforçarà mitjançant cartells i enganxines a les dependències. Els cartells seran un recordatori directe de les campanyes, dins dels quals s'inclou una imatge representativa de les bones pràctiques comunicades. En el cas de les enganxines, aquestes tenen com a funció recordar *in situ* les bones pràctiques més significatives i senzilles.



Indicadors

Per al seguiment dels resultats de la Campanya s'han determinat uns objectius de compliment a curt termini (2012) i a més llarg termini (horitzó 2016-2020) sobre els indicadors de consum actuals:

Àmbit d'actuació	INDICADORS ACTUALS	OBJECTIUS A CURT TERMINI (2012)	OBJECTIUS DE FUTUR (2016-2020)
CONSUM ENERGIA	11 KWh/persona i dia	REDUCCIÓ 10%	REDUCCIÓ 20-30%
CONSUM AIGUA	33 litres /persona i dia		
CONSUM MATERIALS (Paper)	21 kg /persona i any		
	70% reciclat	100% reciclat	
GENERACIÓ RESIDUS	86,7 kg/ persona i any	REDUCCIÓ 10%	REDUCCIÓ 20-30%
	RECOLLIDA SELECTIVA:	Millora de la RECOLLIDA SELECTIVA:	
	73% Paper i Cartró	75% Paper i Cartró	
	54% Vidre	75% Vidre	
	-	55% Matèria Orgànica	
	20% Envasos lleugers	25% Envasos lleugers	

Distribució

La conceptualització i el disseny de la campanya de sensibilització han estat desenvolupats des del **Programa Ajuntament+Sostenible** (Departament de Millora Contínua de l'Àrea de Medi Ambient). Així, la difusió i distribució de la campanya es coordina des del mateix Programa.

La distribució directa dels materials (cartells i enganxines) a les dependències es portarà a terme pels **educadors ambientals de l'Àrea de Medi Ambient**, amb estreta col·laboració amb la xarxa de **gestors energètics** de cadascun dels àmbits.

Les fitxes informatives s'enviaran a través del **correu electrònic** a cadascun dels treballadors i treballadores.

Planificació

La campanya de sensibilització consta de quatre blocs per àmbit d'actuació (residus, energia, aigua, i materials d'oficina), cadascun dels quals dona lloc a una campanya individual.

- Campanyes de bones pràctiques als treballadors municipals.
 - A l'Ajuntament com a casa **Redueix els Residus**.
 - A l'Ajuntament com a casa **Estalvia Energia**.

- A l'Ajuntament com a casa **Estalvia Aigua**.
- A l'Ajuntament com a casa **Fes un ús responsable dels Materials**.

En aquest sentit, la implantació de les campanyes es realitzarà progressivament al llarg de l'any **2010** i mitjans de 2011, per tal d'introduir de manera menys agressiva els missatges transmesos i, alhora, per permetre fer un seguiment continu per part dels responsables de l'estat del material instal·lat de les campanyes durant el període d'implantació.

Campanya	2010				2011					
	set.	oct.	nov.	des.	gen.	feb.	març	abr.	Jul.	ago.
Redueix els Residus					Supervisió de l'estat					
Estalvia Energia					Supervisió de l'estat					
Estalvia Aigua							Supervisió de l'estat			
Ús responsable dels Materials									Supervisió de l'estat	

Annex. Elements de comunicació per àmbit d'actuació

RESIDUS



Fitxa de bones pràctiques electrònica



Cartells



Enganxines

Fitxa de bones pràctiques electrònica

Cartell

Enganxina

Fitxa de bones pràctiques electrònica

Cartell

Enganxines

MATERIALS

A L'AJUNTAMENT COM A CASA
Fes un ús responsable dels Materials

Què podem fer?

- Comprer el material d'oficina que realment necessitem i utilitzar-lo. Comparar el material d'oficina: cream aquies per al teu compte?
- Utilitzar productes amb subvencions pendents de pagament per a la salut o al medi ambient. (Productes produïts de base aquosa en lloc de dissolvent orgànic, o productes de polipropilè (PP) en lloc de clor de polietilè (PVC)).
- Comprer productes de material reciclats.
- Si és possible, comprar productes amb certificacions verificades per organismes oficials.
- Millor aparil, més ecològic. A l'hora de triar, comparem dues alternatives del producte que necessitem (l'una el producte que hem comprat i l'altre el producte que hem comprat més ecològic). Per exemple, utilitzar productes produïts per diversos materials, ja que després de més d'un any de vida útil de la nostra màquina, podem comprar amb més de productes necessaris. També utilitzar aquells productes que utilitzen una gran quantitat d'embalatges o emissors de material no reciclats.
- Triar productes que permetin reduir residus: productes reutilitzables, reutilitzables, de llarga durada i fàcilment reparables.
- Aprofitar les característiques ambientals positives dels productes: Comprar necessitem per poder treure el material reciclat, reutilitzar l'aparell, material d'ús, etc., sempre el material (reutilitzable, reutilitzable) per evitar que s'acumuli, no acumular innecessàriament materials d'ús.

Cada treballador/a de l'Ajuntament consumeix 21 kg de paper a l'any.

Un 70% del paper consumit a les dependències de l'Ajuntament és reciclat.

El paper reciclat és un 10% més econòmic!

Si veiem una pila reutilitzable, que pot reutilitzar-se fins a mil vegades, ens estalviem fins a 25 kg de material respecte a una pila convencional (20-25 grams)?

Sobles que...

Podem estalviar la compra de sobres i blocs reutilitzant el paper utilitzat només per una cosa.

Informa-te'n! Si desitges més informació: www.bcn.cat/legenda i ajuntament@bcn.cat

Ajuntament de Barcelona

Fitxa de bones pràctiques electrònica

A L'AJUNTAMENT COM A CASA
Fes un ús responsable dels Materials

Cada treballador/a de l'Ajuntament consumeix 21 kg de paper a l'any.

Un 70% del paper consumit a les dependències de l'Ajuntament és reciclat.

Informa't de com pots escollir millor: www.bcn.cat/legenda i ajuntament@bcn.cat

Ajuntament de Barcelona

Cartell